



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
E. Metode Penelitian	12
F. Jenis Penelitian	14
G. Teknik Analisis Data.....	15
H. Model Penelitian	19
I. Hipotesis	19
J. Defenisi Operasional Variabel	20
K. Sistematika Penelitian	22

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Profil Perusahaan	24
B. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	24



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB III

C. Struktur Organisasi Perusahaan	25
D. Uraian Tugas Struktur Organisasi PT.Tirtasari Floragrata	27

LANDASAN TEORI

A. Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	38
B. Promosi.....	42
C. Pengertian Biaya Promosi.....	51
D. Volume Penjualan.....	54
E. Hubungan Antara Biaya Promosi dan Volume Penjualan.....	57

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Promosi yang digunakan PT. Tirtasari Floragrata	61
B. Data Volume Penjualan, Biaya <i>Personal Selling</i> dan Biaya <i>Direct Marketing</i>	62
C. Deskripsi Variabel	64
D. Analisis Data.....	65
E. Perspektif Ekonomi Islam Tentang Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan <i>Direct Marketing</i> terhadap Volume Penjualan	78

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA.....	83
---------------------	----

UIN SUSKA RIAU